

EMPRENDIMIENTO JUVENIL SOCIAL EN EL SECTOR TEXTIL MYPYMES AMB 2020 EN TIEMPOS DE COVID 19

Social youth entrepreneurship in the textile sector mypymes amb 2020 in
times of COVID 19

Sandra Marcela Espitia González¹⁹

sespitia@correo.uts.edu.co

Unidades Tecnológicas de Santander

No. ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8029-6977>

No. Autor Redalyc 48708

Colombia

Recepción: 23.03.2021

Aceptación: 14.04.2021

Resumen

El sector industrial del corredor textil de confección ha presentado una dinámica significativa en los últimos años tanto en el contexto de Colombia como en el mundo. Sin embargo, presenta algunas debilidades en aspectos financieros, administrativos y tecnológicos, lo cual requiere una especial atención en la cadena de valor, de manera que logre fortalecer la productividad y posicionamiento en el mercado nacional e internacional con productos innovadores acordes a las nuevas tendencias de moda. Es por ello, que esta investigación pretende realizar el emprendimiento juvenil sociales en el sector textil Bucaramanga, con el fin de fortalecer los indicadores de competitividad de esta industria y así mismo los lazos de integración comercial entre los dos países, coadyuvando a las madres cabezas de hogar quienes son principalmente las que conforman el tejido empresarial de este. Este estudio es tipo cuantitativo, correlacional mediante la aplicación de una encuesta estructurada, la cual será validada bajo la técnica de alfa de Cronbach. La población objeto de estudio para esta investigación será Mí pymes pertenecientes al sector enunciado ubicadas en el municipio de Bucaramanga - Colombia.

Palabras clave:

emprendimiento, competitividad, reactivación

¹⁹ Magister en gestión de la tecnología educativa - Universidad de Santander, Especialista en Revisoría Fiscal y auditoría externa UNAB Contadora Pública UNAB. Docente investigadora de la Unidades Tecnológicas y filiación UTS Unidades tecnológicas grupo SERCONT categoría C.

Abstract

The industrial sector of the textile corridor of clothing has presented a significant dynamic in recent years in the context of Colombia, however, has some weaknesses in financial, administrative and technological aspects, which requires special attention in the value chain, so that it can strengthen productivity and positioning in the national and international market with innovative products in line with new fashion trends. That is why this research aims to carry out social youth entrepreneurship in the textile sector in Bucaramanga, in order to strengthen the competitiveness indicators of this industry and also the trade integration links between the two countries, helping mothers heads of household who are mainly those who make up the business fabric of this. This is a quantitative, correlational study through the application of a structured survey, which will be validated under the Cronbach's alpha technique. The population under study for this research will be My SMEs belonging to the enunciated sector located in the municipality of Bucaramanga - Colombia.

Keywords:

entrepreneurship, competitiveness, reactivation

Código JEL:

L26 Emprendedores, L67 Otros bienes de consumo perecederos : vestido, textiles, calzado y piel,

M21 Economía de la empresa

Introducción

Aspectos a atender en el sector textil para los jóvenes emprendedores de AMB.

Tras la apertura económica, Colombia se ha posicionado como uno de los países más interesantes y de mayor atracción para los inversionistas extranjeros, debido, a su posición geográfica, riqueza natural, mano de obra calificada, costos de operación y beneficios tributarios encaminados en la creación de nuevas empresas, generación de empleo y fortalecimiento económico organizacional. Dentro de los sectores destacados en la economía nacional se encuentra la industria manufacturera, según el DANE, Moreno De Freitas (2017) presenta. “una participación del 12% del PIB total, la industria manufacturera se ubicó como la tercera actividad productiva más representativa de la economía colombiana” como se cita en (Rodríguez-Ardila, 2020 P.2).

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

Específicamente la industria textil y confección es un sector dinámico que cada día toma mayor impulso en el territorio colombiano, en el que se consolida por su experiencia, mano de obra, calidad en las prendas, diseños distintivos, impregnando competitividad y posicionamiento en la región.

Así mismo, ha logrado crear una dinámica de exportación tras la firma de tratados de libre comercio, los cuales ha conducido a la industria a una plataforma global, permitiendo el fortalecimiento económico de las empresas. Según el informe sector textil en noviembre de 2019 el PIB del sector textil y confecciones reflejó “un incremento de 0,8% en el año acumulado” (Sectorial - Informes sectorial, 2019, pág. 4), lo cual evidencia un leve crecimiento del sector, siendo esto un factor positivo de la buena dinámica y comportamiento que refleja el sector (Cuartas Galvis, 2019).

En este contexto, el sector textil - confección ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años, dentro de los factores claves se le atribuye el impacto que ha ocasionado el alza del dólar y los bajos precios del petróleo, pues ha generado un decremento en los precios de materias primas textiles y un regulador del contrabando, siendo este último uno de los elementos que más ha lesionado el sector (Restrepo, Martín Gómez, & Vanegas, 2016).

Al reactivar la producción colombiana, se ha encontrado con empresas más pequeñas dedicadas al sector textil - confección, en su mayoría microempresas familiares que carecen de capacidad de producción, tecnología de punta, mano de obra calificada y sistemas de producción y de gestión organizacional óptimos, de modo que permitan el cumplimiento con los estándares del mercado internacional y local.

Lo anterior muestra una activación favorable para el sector, sin embargo, se siguen presentando algunas deficiencias que impiden el crecimiento acorde a las exigencias internacionales de la industria y el mercado nacional, según señala Juliana Calad directora de la Cámara de Comercio de textiles de la ANDI, la falta de mano de obra

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

calificada es uno de los grandes inconvenientes que enfrenta el sector, pues con la reactivación de la producción y las ventas, los confeccionistas no cuentan con suficiente personal idóneo para el cumplimiento de determinadas funciones (Diario Dinero, 2017).

Por otra parte, el sector debe reinventarse y hacer más eficientes sus procesos productivos y administrativos y para ello se requiere que la industria textil implemente tecnologías "a través de métodos más amigables con el medio ambiente, disminuyendo los tiempos en el proceso, así como el ahorro en energía y agua, a través de softwares que inciden en la creación de nuevos modelos de producción" (Sectorial - Informes sectorial, 2019, pág. 11).

Por tanto, se considera inminente que el sector realice este tipo de inmersiones, pues de esta manera se mejorarán los procesos productivos, los diseños, cortes y así mismo las prendas, las cuales estarán alineadas a las exigencias internacionales. "En Latinoamérica tanto el sector del retail como el de la moda están apuntando fuertemente a invertir en realidad aumentada" (Sectorial - Informes sectorial, 2019, pág. 11).

Por lo tanto, industria debe adaptarse rápidamente a los cambios entre ellas, la introducción a nuevas tecnologías, de forma que logren precios más competitivos, minimización de los costos, elaboración de prendas más versátiles. De igual forma, se requiere implementar estrategias que generen valor agregado a las prendas elaboradas o lo que hoy denomina el mercado prendas inteligentes, readecuar los procesos productivos, mejorar la calidad de los materiales y diseños afines a las nuevas tendencias mundiales y locales.

Como referencia, el INEGI (2009), ha registrado un comparativo en los datos registrados entre los periodos de 1998 y 2003, lo cual refleja que han desaparecido, entre un 13.1 % y 12.1% de Pymes. En este sentido, la Pyme tiene

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

tendencias al fracaso y desaparición de la Pyme, por falta de una adecuada estructura en la organización (Argüelles, Quijano, Fajardo y Magaña, 2013).

En este sentido, el empresario, se enfrenta al reto de cómo llevar a cabo un buen control de la empresa, cómo tener sistemas eficientes de supervisión y en cómo anticiparse a los problemas, a pesar de tener conocimiento de su potencial presencia en la actividad empresarial interna (Argüelles et al. 2013).

Por otro lado, la poca actualización y habilidades empresariales, así como la limitación en el manejo de los recursos humanos, genera serios retrasos en el rendimiento de las organizaciones cualquiera que sea su sector (Argüelles et al. 2013; www.pymesdemexico.wordpress.com, 2010).

Por otro lado, es importante señalar que, en la Pyme de México, la resistencia al cambio y la adopción de nuevas estrategias ha prevalecido por mucho tiempo, generando una limitada visión por descubrir mejores formas de cómo integrar estrategias que permitan a las empresas tener mejores resultados en sus prácticas operativas (Argüelles et al. 2013).

En este sentido, surge la necesidad de medir con más detalle además de otros indicadores de importancia para los empresarios, el rendimiento general de la gestión de la cadena de suministro (Kearney, 2009). Por ello, es muy importante resaltar que la evaluación de la competitividad y el rendimiento de la Gestión de la Cadena de Suministro (GCS), requiere incluir elementos de importancia que involucren tanto a proveedores como a clientes, en razón de la influencia que ejercen sobre el rendimiento de las organizaciones (Jiménez y Hernández, 2002).

Acorde a la problemática planteada, para los empresarios que están al frente de una Pyme, es vital contar con la suficiente información que les permita tomar decisiones puesto que una decisión mal tomada afectaría de manera significativa en la relación que se tenga con la proveeduría, con los clientes y con el control mismo de la empresa (Rocha-Bello, Arévalo-Chaparro, & Cocunubo-Huérano, 2018). Es por ello,

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

que el responsable de la dirección empresarial debe tener claro, que requiere de tener habilidades para implementar estrategias y resolver a tiempo cualquier conflicto o emergencia que se presente en la GCS - Gestión en la Cadena de Suministro. Además, no debe impedir la innovación en las técnicas de suministro, así como mejorar de manera continua, la relación que se tenga con los actores involucrados con el proceso de suministro, ya que ello, impacta de manera especial en el rendimiento, competitividad y crecimiento de las organizaciones (Jiménez y Hernández, 2002)

Para la Pyme en la actualidad, es importante que su relación tanto con proveedores como con los clientes, sea dinámica y rentable, ya que una demora o un atraso en el suministro de los recursos materiales en los procesos internos de las empresas, origina un desorden que afectaría de manera significativa por un lado en la organización interna y en la relación laboral y por otro lado impactaría en la confianza por parte de los clientes.

Es por ello, que los empresarios, deben poner especial atención en mejorar continuamente la gestión de la cadena de suministro a través de la implementación de estrategias que permitan siempre tener una empresa rentable y competitiva (Gunasekaran et al. 2001). En ese sentido, surge como inquietud investigativa:

¿Cómo caracterizar el emprendimiento juvenil social en el sector social en el sector textil Pymes del área metropolitana de Bucaramanga 2020 en tiempos de COVID 19?

Método

La propuesta de investigación adopta un enfoque epistemológico mixto, cuantitativo-descriptivo, que permite configurar las empresas del sector textil existentes clasificadas como emprendimiento juvenil en AMB.

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

Adicionalmente la investigación es de tipo cualitativo, la información a recolectar es descriptiva y permite caracterizar la configuración de los emprendimientos jóvenes con relación a las variables determinadas, para finalmente proporcionar las recomendaciones que facilitarán el plan de acción a los *stakeholders* y dar apoyo a los emprendimientos realizados (Daza-Orozco, C; Cera-Ochoa, 2018).

La recopilación de información se realizó mediante el diseño de un instrumento de investigación validado y aplicado a jóvenes emprendedores juveniles del AMB la población fue de 453 en Bucaramanga, Floridablanca 49 empresas, Piedecuesta 32 empresas y Girón 48 empresas como muestra de 106 empresas según el sitio web empresite.eleconomistaamerica.co y contrastado por cámara de comercio son las empresas sector textil, pero en las jóvenes se determinó por conveniencia se determinó a 50 jóvenes emprendedores desde los 18 a 28 años. Para la determinación de la población se tomará información del registro de cámara de comercio de Bucaramanga 14756 que a la fecha no.

Población (N) conocida	
N: Población Total	453
Intervalo de confianza	95,0%
Error	5,0%
n: Tamaño de la muestra	106

Esta Investigación es descriptiva porque se propone describir el comportamiento de variables, así como la identificación de características resultado del proceso, las particularidades y configuración de los emprendimientos. (Ynoub, 2007, p. 168).

Las variables empleadas en el desarrollo de la investigación se identifican en la Tabla 1.

Variable	Autor
Reconocimiento de Oportunidades (Macías Rodas, 2019)	Macías Rodas, K. J. (2019). Marketing de contenido para generar reconocimiento de marca en el desarrollo de emprendimientos, sector textil, ciudad de Guayaquil (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2019.). (Mora Ramírez & Norman Acevedo, 2017)
Aptitudes empresariales (Liñán, 2004)	Liñán, F., & Rodríguez Cohard, J. C. (2004). Actitudes empresariales de los estudiantes universitarios andaluces.

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

Motivación personal (Gálvez Heredia, 2012)	Gálvez Heredia, N. (2012). Perfil del emprendedor de la pymes del sector textil de la ciudad de Chiclayo.
Recursos (Nájera Ochoa, 2015)	Nájera Ochoa, J. (2015). Un modelo de competitividad para el sector textil en México basado en los recursos y las capacidades. Universidad & Empresa, 18(28). (Uribe Arévalo & Norman Acevedo, 2020)
Habilidades (Cuarán Guerrero, 2020)	Cuarán Guerrero, M. S., Burbano Benítez, J. P., & Valenzuela Chicaiza, C. V. (2020). Asociatividad de obreros textiles: ventajas y limitaciones. Caso Asociaciones Textiles de Antonio Ante. Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 7. Normas subjetivas (Circular 1172-Ley 1780/16, 2016) de Bogotá, C. D. C. (2016). Circular 1172 Ley de emprendimiento juvenil. Ley 1780 de 2016
Actitud emprendedora (Himitian, 2015)	Himitian, A. (2015). Herramientas para construir un Plan de Negocios adaptado a pequeños emprendedores de la Industria Textil-Indumentaria, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2002-2014) (Doctoral dissertation, Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas.). (Acevedo, vista, & 2017, n.d.)
La autoeficacia (Cuellar Bernabé, 2019)	Cuellar Bernabé, Z. S. (2019). La actitud emprendedora y la autoeficacia en los estudiantes de Tecnología del Vestido y Textil de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
Financiación (Logreira, 2017)	Logreira, C. (2017). Financiamiento privado en las microempresas del sector textil-confecciones en Barranquilla-Colombia (Doctoral dissertation, Universidad de la Costa).
Redes sociales	Saavedra Martínez, L. (2017). Análisis de las redes sociales sobre emprendimiento juvenil.
Apoyo gubernamental	https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/15424/Circular%201172%20-%20Ley%20de%20empleo%20y%20emprendimiento%20juvenil.pdf?sequence=1
Capacitación	Guardado-Aguirre, J., & Segovia-Romo, A. Análisis De La Capacitación Efectiva Para El Emprendimiento Social En Una Organización (Pico Bonilla, 2020).
Conocimiento	García-Palma, M. B., & Molina, M. I. S. M. (2016).

Fuente: Elaboración Propia.

Una vez, revisado las fuentes primarias y secundarias sobre los modelos de negocio en el sector de confección y el análisis de la realidad actual de la dinámica de producción y gestión empresarial, se planteará una guía estratégica que permita mejorar los indicadores de competitividad desde el enfoque administrativo, financiero y tecnológico de la cadena de valor del corredor textil - confección en las Mi Pymes de Bucaramanga.

Resultados

El emprendedor social

La palabra emprendedor proviene del francés *entrepreneur* (pionero) y se basa en la incertidumbre e iniciativa aventurera (Castillo H., 1999). La "acción emprendedora" está orientada al logro de objetivos mediante la puesta en marcha de un sistema organizado de relaciones interpersonales y combinación de recursos. (Salinas Ramos & Osorio Bayter, 2012)

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

El estudio logro identificar tres escuelas de pensamiento la Escuela de Innovación, la Escuela de Negocios del Oeste y la Escuela de Negocios de; sin embargo, este estudio incluye diferentes separaciones de las escuelas y diferentes características y conceptos de emprendimiento social que se ven evidenciadas en la siguiente tabla. (Bravo Mongue, 2016)

Escuela	Definición de emprendimiento social	Características del emprendimiento social	Organizaciones estudiadas
Escuela de Innovación	Individuos que trabajan en la solución innovadora de problemas sociales.	La innovación es el componente clave. La generación de ingresos propios, escalabilidad y replicabilidad son deseados, pero no obligatorios.	Fundación Ashoka SocialLab
Escuela de Negocios Sociales del Oeste	Negocios sin fines de lucro que generen sus propias fuentes de ingreso a través de la venta de productos o servicios, mientras cumplen con una misión social.	La generación de ingresos propios, la escalabilidad y la replicabilidad son componentes obligatorios.	Fundación Skoll, Fundación Schwab y Global Social Benefit Institute
Escuela de Negocios Sociales de Asia	Negocios sin fines de lucro que generen sus propias fuentes de ingreso a través de la venta de productos o servicios, mientras cumplen con una misión social.	La generación de ingresos propios es obligatoria; pero la escalabilidad y replicabilidad es deseada, pero no obligatoria.	Yunus Center y BRAC University

Figura 1 Escuelas del emprendimiento social

Nota: la tabla anterior nos enseña el tipo de escuelas del pensamiento de Emprenderismo Social. (Bravo Mongue, 2016).

Emprendedor empresarial es aquel que asume la creación de empresas, aprovecha un vacío en el mercado; un emprendedor no es inventor, ni científico, ni dueño de capital, es un innovador que pone en marcha nuevas empresas que renueva el tejido empresarial de una sociedad. Emprendedor puede ser cualquier persona durante un periodo y luego dejarlo, por ello, si deja de ser innovador deja de ser emprendedor. Un emprendedor se caracteriza por identificar problemas y resolverlos, se fija objetivos, controla su destino, busca prestigio y reconocimiento (Salinas Ramos & Osorio Bayter, 2012)

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

Impacto	<ul style="list-style-type: none">• Creación de valor• Sustentabilidad
Implementación	<ul style="list-style-type: none">• Innovación social• Escalabilidad
Razón de ser	<ul style="list-style-type: none">• Objetivo social• Solución a problemáticas sociales

Tabla 2: Emprendimiento Social

Fuente: Gil, Gerswill & Gil G, (2019) (Gil & Gil, 2018)

Apoyos de otras instituciones

La Fundación Ashoka busca apoyar el esfuerzo de emprendedores sociales para resolver problemas sociales su líder desde 1980 por el estadounidense Bill Dayton, definió como una red de apoyo al emprendimiento social

Es necesario recalcar que Fournier, el emprendimiento social siempre ha existido en la medida en que se puede considerar como cualquier acción cometida por una agrupación social en busca de la satisfacción de una necesidad (Fournier, 2011)

el emprendedor social está, en primer lugar, dirigido a crear un impacto social positivo y, en segundo lugar, a lograr el éxito financiero. (Apetrei, Ribeiro, Roig, & Mas Tur, 2013)

Esto ha llevado a los activistas comunitarios a adoptar un equilibrio entre misión social y rentabilidad. (Palacios Núñez, 2010). Es de vital importancia que el país implemente proyectos de emprendimiento social.

Ahora bien, la creación de valor social sostenible es la característica clave que diferencia el emprendimiento social de las obras de beneficencia o las actuaciones caritativas de individuos bien intencionados. Los emprendedores sociales “actúan como ‘agentes de cambio’ en el sector social, innovando y actuando de acuerdo con el deseo de crear un valor social sostenible”. (Guzmán Vasquez & Trujillo D, 2008)

Por consiguiente, el emprendimiento social requiere examinar las características de los individuos y de los grupos lo que busca es nuevas oportunidades y respuestas innovadoras para crear bienestar social. (Moreira & Urriolagoitia, 2011)

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

Además, la solución que permite dar continuidad en el tiempo al proceso de innovación, adoptar nuevas estrategias de relación con agentes de interés de las cadenas productivas y promover la innovación participativa como plataforma para incidir en otros ámbitos. (Villa & Melo, 2015).

Cadena de valor una visión empresarial

Para dar inicio según (M & Boscan, 2004) afirmó que la cadena de valor consiste en que las empresas tienen una cadena de valor para cada producto donde puede representarse en forma cualitativa, identificando cada etapa en su elaboración que agregan valor al producto, dentro y fuera de la empresa hasta llegar al consumidor final.

si mismo, (M & Boscan, 2004) afirmó que para que las empresas del sector textilero construyan su cadena de valor cualitativa se considerará la metodología de Shank y Govindarajan (1997) basado en su obra Gerencia Estratégica de Costos, donde se identificó las actividades que crean valor dentro de la cadena, permitiendo establecer las ventajas competitivas.

Ahora bien, Colombia este sector se ha caracterizado por ha presentado un alto grado de fragmentación de la oferta e informalidad en su estructura empresarial (Romero et al., 2000), evidenció que las empresas se estancan sobre todo las pequeñas microempresas familiares y presentaron un bajo nivel de demanda interna; gran influencia del consumidor ante el precio de los productos confeccionados; uso de mano de obra de no calificada; una rivalidad entre las empresas del sector; bajo nivel de productividad laboral (en comparación con los estándares internacionales); altos costos de insumos en materia prima así como una evolución desfavorable de la balanza comercial sectorial (M & Boscan , 2004), siendo esto un factor relevante a estudiar para mejorar en este sector. En si mismo, para (Alvarado R & Soto J, 2012) afirmo que la cadena de valor es coherente con cerciorar el acceso adecuado a las

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

materias primas y time-to-market competitivo. Esto permite que las competencias operacionales incluyan las habilidades para optimizar y gestionar la cadena logística y para adoptar tecnología, aspectos ambientales y de innovación.

Por otra parte, para (Espinoza Alencastro) afirmó basado en la obra ventaja competitiva donde la creación y sostenimiento de un desempeño Superior, publicada en 1985, Michael E. Porter mostró la teoría de las ventajas competitivas de la industria, que involucra el enfoque de la cadena de valor en las entidades, para los diferentes sectores económicos. Según (Hernández Chavarria, 2017) afirma que las Mipymes mexicanas no demandan capacidades tecnológicas, lo cual es necesario para fortalecer los procesos y productos que impacten en su cadena de producción y en la economía nacional; para ello se requiere la implementación de redes, programa de modernización y suministros que sean amigables con el medio ambiente y a su vez, recursos financieros y administrativos que mejoren la productividad y eficacia del sector.

De igual forma (Padilla, 2014) afirmó que, una cadena de valor comprende toda actividades que se necesita para que un producto o servicio se entregue al cliente y entre las diferentes etapas de producción existen cambios que marcan el diferenciador del producto o servicio (Kaplinsky y Morris, 2002)

Además, existen diferentes tipos de cadena de valor como el número de actores que se determinan por su gobernanza, por su operación y por el grado de transformación del producto. Más aún, (Padilla, 2014) indica que este estudio es importante para analizar los mecanismos, procesos y reglas de los actores, los cuales permitirá tomar decisiones con base en los análisis de Gereffi, Humphrey y Sturgeon (2005).

Igualmente, cabe resaltar que en Latinoamérica es importante el enfoque de cadena de valor dado que impulsa el desarrollo con equidad, fortalece la diversificación de la Al Al mismo tiempo, (Godoy Villasante, 2014) afirmó que una

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

cadena bien estructurada puede sostener el rápido crecimiento de esta industria y afianzar con bases sólidas el futuro de la industria textil nacional en Colombia y México, donde las acciones de mejora en la cadena logística de la empresa contribuirán significativamente en reducir los sobre costos, logrando así ahorros y optimización de los recursos en la organización.

Acorde con (Pena, 2014) manifiesta que las maquiladoras textiles han generado de puestos de trabajo, absorbidos por el sector con costos muy elevados, debido a la poca innovación que se tiene en dicho sector. Finalmente, (Climent Bellver, 2015) expresa que la cadena de valor genera una imagen de calidad y posicionamiento de la marca, lo cual permitió involucrarse en los mercados nacionales e internacionales, de manera que se consolide su nicho de mercado mediante la diferenciación de los productos low-cost.

Algunos Modelos teóricos

Con el fin de fortalecer la cadena de valor del desarrollo textil- confecciones de las MiPymes en Bucaramanga, cuya base de producción en gran medida la constituyen madres cabeza de hogar es necesario plantear algunos modelos teóricos y argumentos que orienta el enfoque de estudio, se describe sus características, funciones, conceptos asociados de la cadena de valor; cadena de suministro de Sinil Chopra y Peter Meindi ; Teorías sobre la estructura de capital; teorías basadas en mercados de capital imperfectos; teoría de la información asimétrica; Teoría del Trade-off o de equilibrio de la estructura de capital; Teoría de jerarquía de preferencias (Pecking Order).

La cadena de valor es una herramienta estratégica que ayuda a determinar la ventaja competitiva (V.C) de las empresas, aprovechando la capacidad de esta, y diferenciándose de sus competidores con actividades cruciales. (Olvera, M. E. R., & Figueroa, E. G. (2017).

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

El pensamiento sistémico ha evolucionado y ha presentado propuestas de valor en donde la oferta se diseña integralmente para atender de manera óptima la demanda. Adicionalmente, diseñar actividades como el *core bussines* que brinda una ventaja competitiva frente a otras del mismo talente, lo cual permite que el público y la clientela comprenda la oferta real y así pueda mejorar sus capacidades desde el punto de vista comercial, es decir, lograr posicionamiento dentro del mercado.

El posicionamiento es una de las estrategias que en el mundo negocios está dando resultados óptimos en momentos de crisis mundial como el que actualmente se vive (pandemia covid-19), debido a que la competencia cada día se presenta con mayor agresividad, y los productos en su afán de conquistar mercados van recurriendo a una serie de cambios, al igual que los servicios, y su cadena de distribución.

Las empresas están reinventando distintitas formas de cómo llegarle mejor al cliente con precios asequibles. Indudablemente, el éxito de los negocios está en ofrecer productos/servicios cada vez diferenciados, satisfacer múltiples deseos y exigencias de los consumidores. (Aráoz, R. A. B. (2014).

Core bussines

El *core bussines*, permite realizar actividades como el *bechmarking* entre empresas del mismo sector de la confección, busca evaluar el grado de implementación de la manufactura esbelta (*Lean Manufacturing*) en sus respectivos procesos productivos. De igual forma, permite evaluar el ciclo de vida, describir actividades de la empresa para generar valor al cliente final y a las empresas manufactureras, transformar materias primas en productos de necesidad, más aún, se busca la estandarización de procesos construyendo una red de valor que mejore la competitividad. Además, la cadena de suministro comprende todas las partes

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

involucradas directa e indirectamente para satisfacer la petición de los clientes, y ésta, no solo incluye al fabricante y los proveedores sino también al transportista y vendedores al detalle e incluso los mismos clientes. (Sinil Chopra y Peter Meindi, 2013).

Por otra parte, necesita realizar un análisis de la administración de la relación con el cliente (CRM) que vincule todos los procesos enfocados en la interfaz entre empresa-cliente, sino que también involucre los procesos internos de la empresa. (International supply, chain Management - ISCM, y Supplier Relationship Management - SRM).

Customer Relationship Management (CRM), o gestión de las relaciones con cliente, es una solución de gestión de las relaciones con clientes, orientada normalmente a gestionar tres áreas básicas como la gestión comercial, el marketing y el servicio postventa o de atención al cliente (control de llamadas, administración de pedidos, precio).

ISCM (*Internal Supply Chain Managent*), gestión de la cadena de suministro interna, se refiere a todos los procesos internos que tiene la organización que van desde la planeación de las operaciones internas hasta la ejecución, planeación estratégica, planeación de la demanda, cumplimiento de servicios al cliente (Sinil Chopra y Peter Meindi, 2013, pág. 28).

La administración de estos procesos se obtiene siempre y cuando exista metas definidas y alineadas, es decir, que haya consistencia entre las prioridades del cliente, es necesario que todas las estrategias funcionen y estén coordinadas y ayudar a que la empresa logre su meta estratégica, sus procesos, optimizando sus recursos para que sea capaces de ejecutar la estrategia, también, la calidad del producto y su diseño.

Por otra parte, Rodríguez, et al, Botero, L. E. (2019 P.67) expresa que, la Industria 4.0 representa:

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

La evolución tecnológica integrada a los sistemas ciber físicos, que combina sensores inteligentes, inteligencia artificial y análisis de datos para optimizar la fabricación en tiempo real. Esta tecnología, brinda una perspectiva diferente que permite mejorar las técnicas tradicionales de desarrollo y fabricación de prendas de vestir y facilita la respuesta permanente y rápida a los retos que se presentan en el mundo empresarial mediante la toma de decisiones inteligentes y responsables. Brinda la oportunidad de optimizar las operaciones y proporcionar valor agregado al integrar productos y servicios en las cadenas de valor más complejas, como son los canales digitales y que hoy en día debido al coronavirus se está imponiendo”.

De igual forma, el estudio de Sánchez Sailema, E. C. (2019 P.P. 34-35), plantea como problema:

“La inadecuada planificación productiva en las industrias de este sector, su investigación es cualitativo, bibliográfico, los diseñadores tienen conocimiento del tema, sin embargo se halla que no están actualizados con las nuevas tendencias de la moda; así mismos la mayor parte de este sector lo constituyen microempresas y pequeñas empresas, la mitad de ellas no poseen una estructura organizada para nuevas alternativas en optimización de desechos de producción, disminución de costos y compra de materia prima necesaria”.

La cadena de valor productiva se caracteriza por tener eslabones de estudio, siendo importante dentro de la empresa. En el área de diseño como los sistemas de control mantienen un seguimiento a la materia prima y las ventas, la cual permite ser eficientes en las propuestas de colecciones de moda con respecto a tiempos y costos, alcanzando nuevas alternativas mediante una planificación adecuada y gestión de nuevas colecciones de moda.

De acuerdo con una investigación realizada por Vargas, Á. M. S., & Zamudio, M. T. (2019 P.12), en donde su principal objetivo fue identificar:

“los factores clave de éxito (FCE) en las empresas de Bucaramanga, Floridablanca, dedicadas a la confección de ropa de trabajo, estableciendo elementos diferenciales y determinantes en su productividad. Utilizó el método Delphi; los resultados muestran que los FCE apuntan hacia el uso de tecnologías para el diseño, patronaje, corte, escalado y tendido de las prendas, calidad de los productos, producción de acuerdo con las necesidades de los clientes y con altas especificaciones técnicas. Las empresas de confección aumentarán su competitividad al automatizar sus procesos productivos, en especial los de diseño y confección, permitiendo agregar valor a la cadena mientras se disminuyen costos y se aporta calidad a los productos”.

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

Por último, existe otro estudio de Ramos, P. A. S. (2019 P.56), donde realiza un análisis de la gestión productiva de la Pymes:

“Concluye que los problemas críticos (despilfarros) que afronta son: la gestión de la mano de obra, el método de trabajo que dispone, la maquinaria que utiliza, y los materiales textiles que usa. En consecuencia, la “reducción” de tales desperdicios se convierte en una necesidad práctica para la empresa para mantenerse competitiva en el mercado. Su objetivo es el planteamiento y aplicación de un método sencillo, sistemático y eficaz, denominado Lean Manufacturing para Pymes (LMP), basado en la metodología Lean Manufacturing (LM), para obtener mejores resultados en el área productiva de la empresa. El método comprende 8 etapas y su aplicación práctica se ha realizado en la Pymes. Los resultados muestran una mejora en la productividad de la empresa por disminución de los desperdicios en la gestión de materiales, demoras, mano de obra, métodos de trabajo y maquinaria en la confección del modelo comando”.

Por otra parte, tenemos algunas teorías que ayudan a visualizar elementos importantes a tener en cuenta para dar solución al problema y los objetivos planteados, como la teoría de la información asimétrica que realiza un análisis del mercado asimétrico, sus características y de cuyo contexto surgen teorías como la teoría de *Trade-off* y la teoría de la jerarquía de preferencias. Zambrano Vargas, y Acuña Corredor, 2011.

Teoría de la información asimétrica:

La minería de datos es un elemento esencial en las empresas y en los mercados financieros, porque facilita tomar decisiones gerenciales y evitar riesgos dentro de la actividad negocial:

“Definiendo así la información (que puede ser simétrica o asimétrica, perfecta o imperfecta, completa o incompleta) como un conjunto de variables observables entre uno o varios emisores y receptores, se plantea la hipótesis central de como la asignación eficiente y la identificación de sectores productivos, a través de señales específicas del mercado como son los precios, actuando como una herramienta para regular las decisiones de los diferentes clientes o proveedores lo que permite unificar criterios en todos los mercados. La información asimétrica significa que los diferentes agentes en el mercado no tienen acceso al mismo nivel de información, dando paso a tres problemas: el riesgo moral, la selección adversa y el envío de señales (Sarmiento Iotero. y Salazar Santana”. Op. cit., p. 153).

Las empresas de mayor tamaño tendrán un menor efecto de asimetría de información, esto debido a que las grandes firmas tienen mayor presencia en los

Cite este artículo como

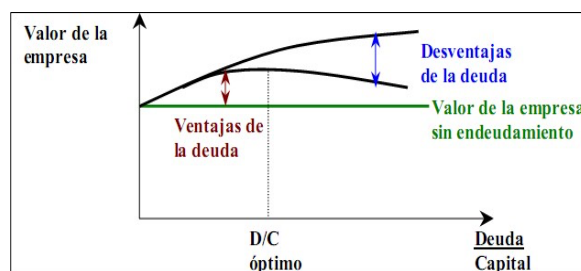
Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

mercados financieros y de esta forma los costos de expresión de la deuda son menores.

“Por otro lado, la asimetría de información hace dar un giro y ver a la deuda como una señal positiva y la emisión de las acciones como señal negativa que los gerentes dan a los grandes accionistas sobre la capacidad de la empresa para generar flujos futuros, teniendo un impacto significativo sobre su valor en el mercado” (Solano, et all (2021).

La teoría de *Trade-off* o equilibrio de la estructura de capital: sostiene que las empresas buscan un equilibrio entre las ventajas (escudo fiscal por interés) y desventajas (costo de dificultades

financieras) del endeudamiento, limitando la teoría de la irrelevancia (Mdigliani y Miller (MM), con una ratio de deuda óptimo de apalancamiento que permite maximizar el valor en el mercado de esta. (Briozzo, 2006)



.Ilustración 1 Trade off y estructura óptima.

Fuente: Mp COPELAND, T.; WESTON, F. y SHASTRI, K. Financial Theory and Corporate Policy. Citado por: BRIOZZO, Anahí y VIGIER, Hernán. La estructura de financiamiento PyMEs. Una revisión del pasado y presente. En: Múnich Personal RePEc Archive. (2006).

En esta teoría se observa la deuda como efecto positivo o ventaja, que permite elevar el valor de la empresa apalancada con respecto a la no apalancada por el efecto del escudo fiscal entre otros, también se encuentra el efecto negativo derivado de la aparición de costos de insolvencia, desde este punto de vista, las decisiones que involucran el nivel de apalancamiento se pueden establecer como un punto de equilibrio entre el ahorro fiscal por los intereses pagados de la deuda y los posibles costos de insolvencia o quiebra que se derivan de los costos directos como los gastos legales, administrativos o contables y los costos indirectos como

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

lo son las oportunidades perdidas por mala gestión financiera de los directivos como perder empleados clave, perder la confianza de los proveedores y clientes, entre otros.

La teoría de la jerarquía de preferencias (*Pecking orden*):

“Establece que la estructura de capital de las empresas estaría dictada por la jerarquización que surge si los costos de emitir instrumentos de financiamiento sobrepasan otros costos y beneficios de dividendos y deuda. Algunos expertos financieros basados en la teoría del Pecking order declaran que en el mercado financiero colombiano no existen oportunidades de adquisición de recursos financieros de largo plazo para el financiamiento de las empresas y su crecimiento, principalmente para aquellas que tienen un menor número de activos tangibles” (RIVERA GODOY, Op. Cit., p. 191-219).

Asegurando que a mayor número de activos tangibles se disminuyen los problemas creados por las asimetrías de información.

Perfil de las Emprendedores jóvenes

Para la investigación se tomó como referentes tres proyectos para establecer el perfil emprendedor de jóvenes de AMB y sus principales características como emprendedores

UNI MINUTO	Diagnóstico y direccionamiento del plan auto gestionado de oportunidades a través de la creación de una fundación para el desarrollo familiar integral y laboral de la mujer cabeza de familia en el municipio de Floridablanca.	Mónica Chaparro Y Sandra Alvares
UNIVERSIDAD SANTO TOMAS	Luz de salvación 2, comunidad de Bucaramanga, asentamiento en Provenza.	Edwin Flores
UIS	Perfil de emprendedor del estudiante de la Universidad Industrial de Santander	Mauricio José Martínez Pérez

*Ilustración 2 Proyectos de emprendimiento social que apoya el sector textil
Fuente: Elaboración Propia.*

Dentro de las características que posee el perfil emprendedor bajo la ley de emprendimiento y otros aspectos significativos para donde las variables como la edad, el uso de redes sociales, grado de educación, el nivel socioeconómico, los dependientes económicos, la crisis del COVID 19, el empleo, la economía, la

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

creatividad e innovación son variables que han contribuido a la idea de negocio y han estado articuladas con la motivación o el entusiasmo por mantener el negocio y establecer parámetros de control a riesgos.

Formación en responsabilidad social
Atento al cumplimiento de regulaciones
Proactivo y tener presente la curiosidad
Incluye plataformas digitales y artefactos
Asertividad
Atento a los detalles
Reconoce la reingeniería
Planeación estratégica
Incluye TIC
Articulado con alianzas academia y sector productivo
Realizan capacitaciones en educación financiera para crear emprendimiento y con ello generar empleo.

Ilustración 3 Características del perfil emprendedor

Fuente: elaboración propia

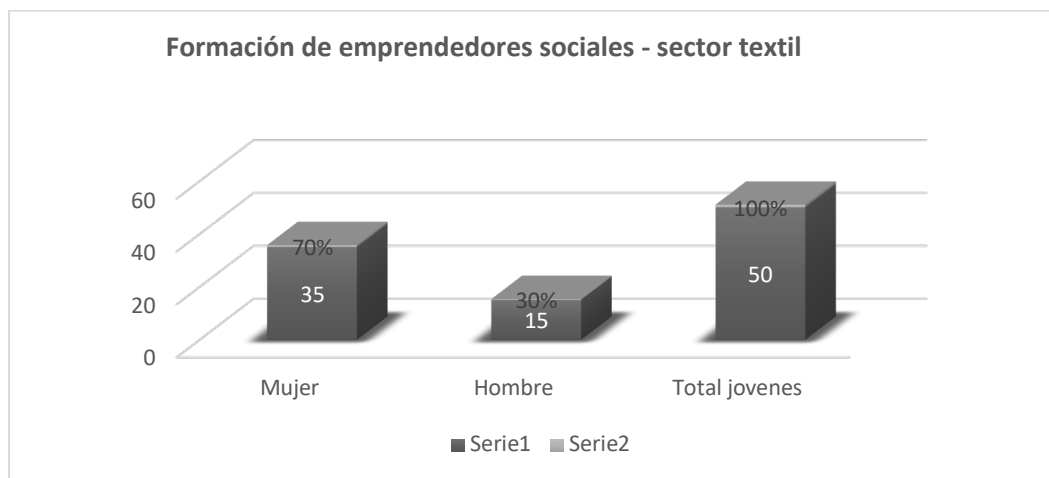


Ilustración 4 Formación de emprendimiento social - sector textil

Se evidencio que los emprendo res sociales del sector textil se evidencio que las 35 mujeres son las formadas en emprendimiento social siendo el 70% de la muestra y 15 hombres jóvenes siendo el 30%.

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

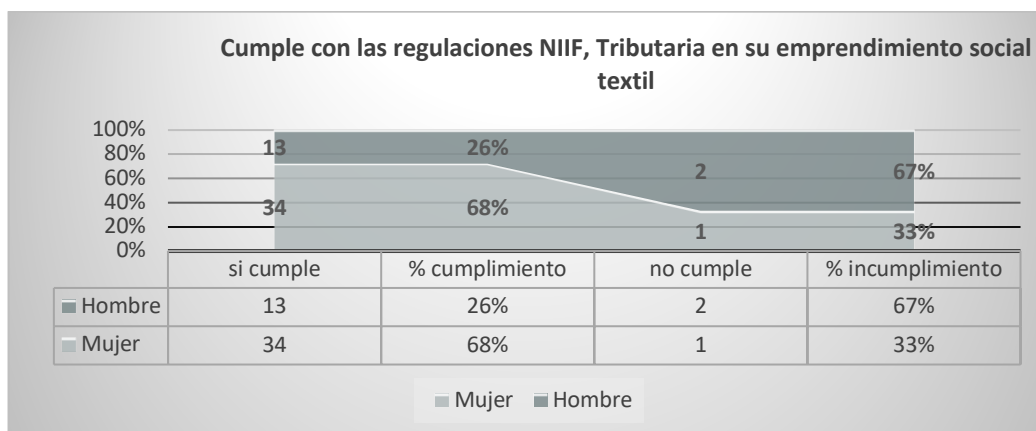


Ilustración 5 cumplimiento de regulaciones en emprendimiento sociales
Fuente: Elaboración Propia.

Los emprendedores juveniles sociales afirmaron la importancia del cumplimiento de las regulaciones NIIF o Nuevo Marco Técnico Normativo y los aspectos tributarios para su sector económico dado que 68% de las mujeres cumplen y 26% de los hombres cumplen.

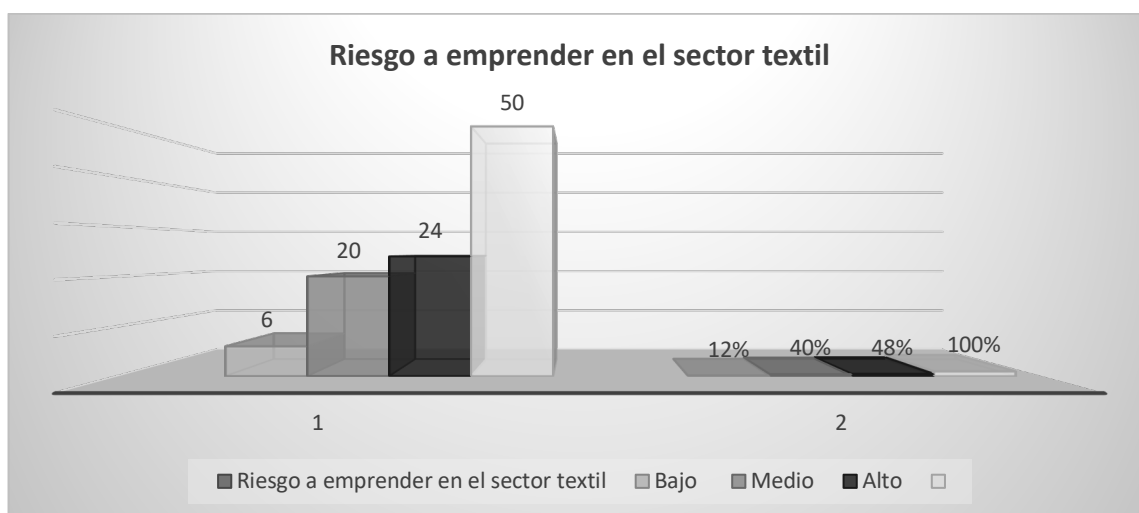


Ilustración 6 Riesgo a emprender en el sector textil.
Fuente: Elaboración Propia.

Los emprendedores reconocen un alto siendo el medio 40% y 48% siendo alto el nivel de riesgo.

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

Una parte de los emprendimientos se consolidan gracias a los apoyos y a los recursos que poseen los emprendedores sociales entre los recursos afirmaron que cuenta 5 se apoyaron con instituciones financieras y 10 de apoyo familiar y 35 de recursos propios para su proyecto.



Ilustración 7 Recursos para generar emprendimiento social en el sector textil

Fuente: Elaboración Propia.

Por otra parte, se evidencio el uso de redes sociales entre ellas 76% siempre las usan y el 20% algunas veces, es decir para los emprendedores social el uso de redes sociales para realizar sinergia, búsqueda de apoyos, el marketing y mercadeo de sus productos es una herramienta valiosa a la hora de generar emprendimientos y fortalecer los empleos con artefactos digitales.

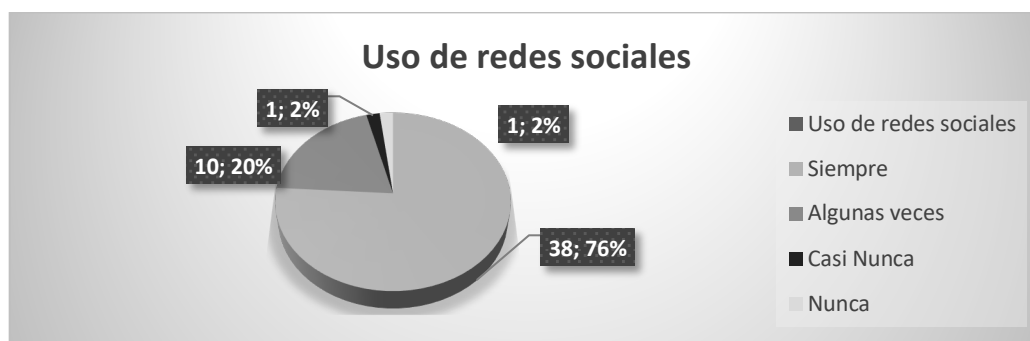


Ilustración 8 Uso de redes sociales.

Fuente: Elaboración Propia.

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

Para los emprendedores el COVID 19 han generado insolvencia en 10%, han generado auge en un 40%, han desarrollado sus emprendimientos 30% y el 20% consideraron estar estancados. Para ellos los tiempos difíciles se debe convertir en épocas de oportunidad con la cual unos tienen alta capacidad de Reinventarse, Reingeniarse y otros solo esperan un apoyo gubernamental.

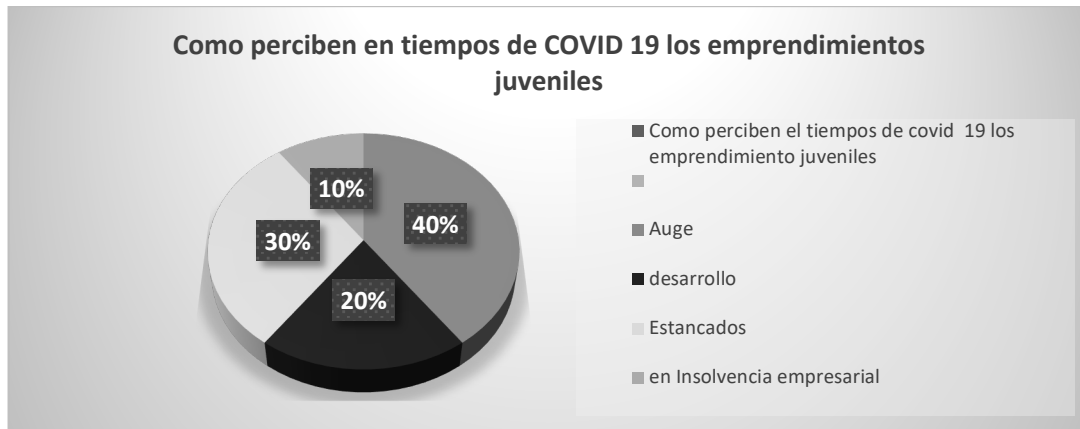


Ilustración 9 Percepción del COVID 19 en emprendedores sociales.

Fuente: Elaboración Propia.

Discusión y conclusión

Los emprendedores la principal característica es la curiosidad y se hace necesario todo el tiempo la labor de investigar y abordan temas de cómo desarrollar mejor su empresa ya sea con curso de formación de la cámara de comercio, ANIF, por otra parte el COVI 19 la pandemia a puesto a prueba a todos los sectores económicos generando insolvencia empresarial para algunos sectores y este sector ha sido uno de ellos golpeados por la contingencia , esto ha generado el cierre de establecimientos por ende este sector aporta a la economía lo que conlleva a frenarla, sin embargo el 70% de la población juvenil afirmo que a pesar que las ventas han disminuido, por el contrario la creatividad ha generado que sus productos incrementen sus ventas. (Gálvez Heredia, 2012)

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

Hoy todavía se presenta incertidumbre en los jóvenes en sus emprendimientos sociales para contrarrestar lo anterior se hace necesario el uso de la tecnología el análisis de los artefactos digitales, la capacidad de emprender industria sostenible, para esta población objeto de estudio el estar soltero es primordial a la hora de desarrollar emprendimiento para evitar dispersar las actividades empresariales en temas del hogar. (Circular 1172-Ley 1780/16, 2016)

Hace poco se creó la ley de emprendimiento dado el abandono por parte de las instituciones y el gobierno en aspectos sociales incluyendo a los emprendedores donde exista acompañamiento en especial los sectores vulnerables donde son escasos los recursos económicos y las posibilidades laborales son mínimas lo cual a esta población le preocupa. (Circular 1172-Ley 1780/16, 2016)

El empleo es un factor que incide en la calidad de vida de los ciudadano por ello ellos tienen claro que una persona que crea emprendimiento social textil debe tener un propósito es decir además de la cadena de valor debe generar empatía con el otro para generar crecimiento institucional entiendo que el proceso de formación es un factor clave, expandir mercado es la oportunidad para crecer, el cumplir con la herramienta de las 9s orden, limpieza, clasificación, disciplina, educación, bienestar, constancia, compromiso, coordinar y estandarizar para potencializar cada emprendimiento. (Hernandez M. O., 2019)

Finalmente, es importante precisar las oportunidades que tienen los jóvenes para potencializar sus emprendimientos dado que no existen patrones y la iniciativa o creatividad que tenga hará parte en el desarrollo de su proyecto empresarial. (Hernandez M. , 2016)

Referencias bibliográficas

- Acevedo, E. (n.d.). Los modelos logísticos como herramientas para la construcción de la eficiencia empresarial. Retrieved from <https://journal.poligran.edu.co/index.php/puntodevista/article/view/1141>
- ANDI. (19 de 03 de 2021). <http://www.andi.com.co/Home/Pagina/1047-practicas-estudiantiles-ceap>.
- Apetrei, A., Ribeiro, D., Roig, S., & Mas Tur, A. (2013). El emprendedor social - una explicación intercultural. (CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa.) Recuperado el 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17429865004>
- Bravo Mongue, C. (27 de julio de 2016). Scielo. Recuperado el 22 de Septiembre de 2017, de Scielo: http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-33592016000300019&lang=pt.
- Briozzo, A. y. (2006). La estructura de financiamiento PyMEs. Una revisión del pasado y presente. . Múnich Personal RePEc Archive. .
- Castillo H., A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. (INTEC. Chile) Recuperado el 2017, de http://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-33592016000300019&lang=pt
- Circular 1172-Ley 1780/16. (2016). C. D. C. (2016). Circular 1172 Ley de emprendimiento juvenil. Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/15424/Circular%201172%20-%20Ley%20de%20empleo%20y%20emprendimiento%20juvenil.pdf?sequence=1>
- Cuarán Guerrero, M. S. (2020). Asociatividad de obreros textiles: ventajas y limitaciones. Caso Asociaciones Textiles de Antonio Ante. Dilemas Contemporáneos. Educación, Política y Valores, 7.
- Cuartas Galvis, G. T. (2019). Sector textil colombiano y su influencia en el desarrollo de economía del país. Punto de Vista, 11(16). <https://doi.org/10.15765/PDV.V11I16.1421>
- Cuellar Bernable, Z. S. (2019). La actitud emprendedora y la autoeficacia en los estudiantes de Tecnología del Vestido y Textil de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle.
- Cuervo, O. M. (2020). Metodologías De Diseño Aplicadas A Los Proyectos De Vinculación Y Aprendizaje Entre La Universidad De Las Américas Y Micro-Emprendedores Textiles De Carapungo. Caso De Estudio: Fortalecimiento De Emprendi. Revista científica universitaria, 24-35.
- Daza-Orozco, C; Cera-Ochoa, R. A. (2018). Escritura con estilo: Guía práctica para publicar científicamente (1st ed.). Retrieved from <http://palma.sanmateo.edu.co/index.php/catalogo/series/41-escritura-con-estilo-guia-practica-para-publicar-cientificamente>

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

- Fournier, A. N. (2011). Emprendimiento Social. (Universidad Central. Colombia.) Recuperado el 2017, de https://www.ucentral.edu.co/images/documentos/editorial/2015_emprendimiento_social_001.pdf.
- Gálvez Heredia, N. (2012). Perfil del emprendedor de la mypes del sector textil de la ciudad de Chiclayo.
- Gil , G., & Gil, G. (2018). El estado del arte del emprendimiento social. Bucaramanga: Repositorio UDES.
- Guerra León, S. &. (2017). Emprendimiento artesanal textil como factor de desarrollo económico en la provincia de Canchis, Cusco, 2014-2016. Cusco: <http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/1374>.
- Guzmán Vásquez , A., & Trujillo D, M. A. (2008). Emprendimiento Social - Revision de Literatura. (Universidad ICESI. Colombia) Recuperado el 2017, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232008000400005&lng=en&tlng=pt.
- Hernández, M. (2016). El impacto de la relación con el cliente y de la capacidad de valor agregado en el servicio en el rendimiento de la Pyme Manufacturera en Aguascalientes (The Impact of Customer. Revista CEA.
- Hernández, M. O. (2019). Gestión y Finanzas para gerentes de proyectos. . Bogotá: U. Externado de Colombia,.
- Himitian, A. (2015). Herramientas para construir un Plan de Negocios adaptado a pequeños emprendedores de la Industria Textil-Indumentaria, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2002-2014) (Doctoral dissertation, Universidad de Buenos Aires. Facultad de .
- Liñán, F. &. (2004). Actitudes empresariales de los estudiantes universitarios andaluces.
- Logreira, C. (2017). Financiamiento privado en las microempresas del sector textil-confecciones en Barranquilla-Colombia (Doctoral dissertation, Universidad de la Costa).
- Macías Rodas, K. J. (2019). Marketing de contenido para generar reconocimiento de marca en el desarrollo de emprendimientos, sector textil,. Guayaquil: Bachelor thesis .
- Mora Ramírez, A. J., & Norman Acevedo, E. (2017). Revisión sistemática de literatura sobre la internacionalización de la empresa PYME en Colombia. Espacios, 38(39).
- Moreira , P., & Urriolagoitia , L. (2011). El emprendimiento Social. (Revista Española del Tercer Sector, (17), 17-40. España.) Recuperado el 2017, de Moreno De Freitas, J. A. (2021). La relación entre creación de innovaciones y la cantidad de profesionales en el sector industrial: un análisis a partir de la encuesta de innovación del DANE 2017-2018.<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3652377>.
- Nájera Ochoa, J. (2015). Un modelo de competitividad para el sector textil en México basado en los recursos y las capacidades. . Universidad & Empresa, , 18(28).
- Ortiz Isaza, L., & Perdomo González, L. (2020). Factores destacados en la gestión del talento humano para conseguir los objetivos estratégicos de la empresa S&S Administración PH SAS. Revista Colombiana De Ciencias Administrativas, 2(2), 59-77. <https://doi.org/10.52948/rcca.v2i2.170>

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).

- Palacios Núñez , G. (2010). Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural. (Revista de Ciencias Sociales. Venezuela.) Recuperado el 2017, de <http://www.redalyc.org/html/280/28016613002/>
- Pico Bonilla, C. M. (2020). Territorio y transformación social. Punto de Vista, 12(17), 1. <https://doi.org/10.15765/PDV.V12I17.1666>
- Restrepo, J. A., Martín Gómez, S., & Vanegas, J. G. (2016). The SMEs' internationalization: Multicriteria-based prioritization using fuzzy logic . Espacios, 37(7). Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84966712953&partnerID=40&md5=0ee3e039976d0f7502c0d7763b264f6e>
- Rocha-Bello, K. J., Arévalo-Chaparro, N. V., & Cocunubo-Huérano, L. C. (2018). Las PYME en economías emergentes: El emprendimiento empresarial en Chile como factor determinante en el desarrollo económico de la última década. Punto de Vista, 9(14). <https://doi.org/10.15765/PDV.V9I14.1176>
- Rodríguez Ardila, C. A. (2020). Plan de marketing Empresa SH (Soluciones Hoteleras), para la comercialización de juegos de cama en hoteles de 3 y 4 estrellas de la Ciudad de Pereira.
- Rodríguez Lafuente, S. L. (2014). El arrendamiento financiero orientado a los jóvenes emprendedores en textiles del distrito 3 de la ciudad de El Alto (Doctoral dissertation). Bolivia.
- Salinas Ramos, F., & Osorio Bayter, L. (Agosto de 2012). REDALYC. Recuperado el 22 de septiembre de 2017, de REDALYC: <http://www.redalyc.org/html/174/17425798008/>
- Uribe Arévalo, A., & Norman Acevedo, E. (2020). internacionalización de la pequeña y mediana industria del software y de las tecnologías informáticas (SW & TI) a través del efecto trampolín del gremio. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 16(31). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i31.3068>
- Villa , L., & Melo, J. (2015). Panorama actual de la innovación social en Colombia. (Banco Interamericano de Desarrollo. IDB-DP-381.) Recuperado el 2017, de https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6957/CTI_DP_Panorama_act_ual_de_la_innovacion_social.pdf?sequence=1.

Cite este artículo como

Espitia-González, S.M. (2021) Emprendimiento juvenil social en el sector textil mypymes amb 2020 en tiempos de Covid 19. Eficiencia, 03(03).